



周茂华：消费品全面涨价可能性不大



文/意见领袖专栏作家 周茂华



新年伊始，多个品牌发布调价通知，涉及调味品、速冻食品、零食、白酒等众多消费品。这一轮涨价引发市场对物价上涨的担忧。

从近期部分上市公司发布的价格调整公告看，主要呈现以下几方面特征：一是以生活消费品为主。2021年四季度以来，产品调价主要集中在食用盐、食用油、酱油等调味品行业以及零食、白酒等行业。二是调价的主要是行业龙头或靠前的企业，企业产品市场占有率较高。三是调价公司占比不高。据不完全统计，2021年10月以来，发布调价公告的上市公司23家，占A股上市公司家数不到5%。

部分企业上调产品价格，主要受生产成本涨价、国内需求复苏与市场议价能力强3个因素驱动。从生产成本涨价来看，由于全球疫情蔓延冲击供应链以及欧美实施空前规模刺激政策，国际能源、工业原材料商品价格

大幅上涨，导致部分公司能源、原材料、人工、物流仓储等方面成本持续上涨，利润承压。从国内需求看，消费类公司业务稳健增长，反映出国内需求持续回暖，带动消费需求增长。

部分企业调价，一定程度反映了国内部分上游生产投入成本压力正在向终端消费品价格传导。未来是否会出现消费品集体涨价，并引发国内物价全面上涨？

由于全球疫情尚未完全受控，供应链修复与航运物流畅通需要一个过程，部分原材料价格回归常态需要一定时间，不排除后续仍有部分公司继续涨价，国内需要对输入型通胀保持警惕，但无需过度担忧物价全面上涨，这种可能性不大。

首先，国内消费品供应充裕。国内防疫形势整体向好，供应体系完备，产业链完整，产能配套能力强，基础设施完善。同时，相关部门重视农副食品等民生必需消费品供应保障，并根据市场供需情况，在重要节假日前后投放储备，平稳市场价格。

其次，国内纾困政策精准有效。针对上游能源、原材料过度涨价、物流成本高企等问题，相关部门采取了有针对性的政策组合拳，通过财税、金融与产业等一揽子政策举措，有效降低企业综合成本。数据显示，制造业 PMI 主要原材料购进价格指数由 2021 年 5 月 72.8 的高位降至 2021 年 12 月的 48.1，原材料投入成本压力有所缓解。

再次，从趋势看支撑本轮大宗商品价格持续走高的因素在逐步弱化。一方面，全球经济增长将逐步回归中长期趋势水平；另一方面，美联储启动政策正常化，回购过剩流动性，全球金融环境将边际收紧，削弱大宗商品投机炒作基础。

此外，产品调价还与企业自身议价能力和市场竞争力有关。一般而言，企业调价比较谨慎，除了考虑短期成本、利润因素外，还得考虑产品的市场占有率。在行业竞争激烈，尤其是同质化较多的消费品市场，企业会尽力避免因为上调产品价格而丢失市场份额。

(文自《经济日报》，本文仅代表作者个人观点)

(本文作者介绍：任职于光大银行金融市场部分析师，擅长宏观经济、政策和市场研究，也有多年利率衍生品及外币债券交易经验 目前是多家专业媒体撰稿人和评论员。)

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_36202

